



---

## **PKM Pemanfaatan Digital Marketing dalam meningkatkan penjualan Produk UMKM di Kelurahan Maradekayya Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Takalar**

**Andi sawe riesso**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Patompo

**Amraeni**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Patompo

**Nurlaela**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Patompo

**Irdawati**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Lakidende

**Kherayani Nur**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Maros

Korespondensi penulis : [andisaweriesso@gmail.co.id](mailto:andisaweriesso@gmail.co.id)

**Abstract** *The Bontosandara environment is a village that produces many types of MSME products based on initial observations found that partners still carry out marketing activities with a manual system in selling their products, this is because it is not that partners reject digital marketing but they do not understand how to use digital marketing. Therefore, Community Service activities aim to invite and socialize the use of digital marketing in increasing MSME Sales. The method of implementing PKM by providing training, mentoring by using their respective Android HP Media, then installing several applications that support the sales process of their MSME Products later, so that partners better understand the use of digital marketing conducted discussion and question and answer sessions. The results achieved show success seen from the way partners use and utilize digital marketing, through their respective android cellphones the conclusion of this activity provides knowledge to partners can innovate and be creative in entrepreneurship through digital marketing in increasing sales of MSME products independently.*

**Keywords:** *Mentoring, Training, Application, Digital Marketing, MSMEs*

**Abstrak** *Lingkungan Bontosandara adalah kampung yang banyak menghasilkan jenis produk UMKM berdasarkan hasil observasi awal ditemukan bahwa para Mitra masih melakukan kegiatan Pemasaran dengan sistem manual dalam menjual Produk mereka, hal ini dikarenakan bukan para mitra menolak digital marketing tetapi mereka belum paham dalam memanfaatkan digital marketing. Oleh sebab itu kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bertujuan untuk mengajak sekaligus mensosialisasikan pemanfaatan digital marketing dalam meningkatkan Penjualan UMKM. Metode pelaksanaan PKM dengan memberikan pelatihan, pendampingan dengan menggunakan Media HP Android mereka masing – masing, kemudian menginstal beberapa aplikasi yang mendukung proses penjualan Produk UMKM mereka nantinya, agar mitra lebih paham dalam penggunaan digital marketing dilakukan sesi diskusi dan tanya jawab. Adapun hasil yang dicapai menunjukkan keberhasilan dilihat dari cara mitra menggunakan dan memanfaatkan digital marketing, melalui HP android mereka masing masing simpulan dari kegiatan ini memberikan pengetahuan kepada mitra bisa berinovasi dan berkreasi dalam berwirausaha melalui digital marketing dalam peningkatan penjualan produk UMKM secara mandiri.*

---

Received Desember 30, 2023; Revised Januari 31, 2024; Februari 05, 2024

\* Andi sawe riesso, [andisaweriesso@gmail.co.id](mailto:andisaweriesso@gmail.co.id)

**Kata Kunci:** *Pendampingan, Pelatihan, Aplikasi, digital marketing, UMKM*

## **Pendahuluan**

Inovasi dan penggunaan teknologi merupakan hal yang menjadi sebuah keharusan bagi para pelaku usaha UMKM. (Sugeng, 2014) Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat mitra tidak melakukan upaya dalam pemanfaatan teknologi untuk mendukung kegiatan pemasaran produk UMKMnya hal ini bukan karena mereka menolak digital marketing akan tetapi para mitra belum memiliki pemahaman yang cukup tentang konsep digital, alat alat online dan platform media sosial dalam merencanakan dan mengelola penjualan produk UMKM melalui media HP android mereka untuk digunakan sebagai alat digital marketing, hal yang dirasakan mitra seiring penjualan manual dari hari berganti bulan yaitu melambatnya perputaran ekonomi mitra. (Kasmawi et al., 2019) Para mitra sangat menginginkan produk UMKMnya bisa dijual dengan cara online, berbagai upaya yang sudah dilakukan oleh pihak pemerintah setempat yakni dengan mengundang para mitra untuk mengikuti pelatihan kewirausahaan dengan durasi setengah hari dengan hasil belum memahami materi dengan baik, upaya lain juga yang dilakukan oleh mitra melalui tontonan edukasi media youtube namun tetap saja mereka kesulitan untuk mengikuti secara mandiri. (Hamzah, 2020) Para mitra menginginkan adanya pelatihan dan pendampingan dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi. (Liliana & Kurnaningsih, 2020) Intinya dapat meningkatkan pendapatan ekonomi disetiap Mitra UMKM. (Elshifa et al., 2023) Dukungan lembaga antara pemerintah dengan pihak ADPERTISI (Aliansi Dosen Perguruan Tinggi swasta Indonesia) melakukan penawaaran kerja sama dengan Pemerintah Kabupaten Takalar untuk diteruskan ke lokasi sasaran dalam menanggulangi permasalahan mitra melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat yang bertujuan untuk memanfaatkan digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk UMKM.

## **Metode**

Pengabdian Masyarakat ini menggunakan metode Pelatihan, Pendampingan dan tanya jawab dalam memecahkan masalah mitra. (Hamzah, 2020) Metode pemecahan masalah dimulai dengan pelatihan dengan memberikan penjelasan tentang pentingnya menggunakan digital marketing dalam mendukung Penjualan produk UMKM di dunia Maya. (Alimuddin & Poddala, 2023) Agar menambah wawasan luas tentang pemanfaatan digital marketing kemudian dilanjutkan pengenalan beberapa aplikasi untuk diinstal di hp android mereka yaitu 1. aplikasi Blend 2. Logo Maker, (Suryana et al., 2020) 3 canva, (Suharyanto et al., 2022) dan (Rizanta & Arsanti, 2022) 4 Tabel, 5 website free. (Widyastuti et al., 2022) Berikut fungsi fungsi aplikasi tersebut :

<b>No</b>	<b>Aplikasi</b>	<b>Fungsi</b>	<b>Ket</b>
1	Blend	Untuk membuat tampilan produk lebih cantik dan Indah	Harus
2	Logo Maker	Untuk membuat logo atau Brand UMKM mitra	Harus
3	canva	Untuk membuat desain Toko Online dibuat di canva	Opsional

4	Tobel	Ditampilkan pada Aplikasi e-commerce Tobel yang dapat di download di playstore, “aplikais ini bisa menjadi salah satu alternatif penjualan produk UMKM yang memungkinkan mitra mempromosikan Produk UMKM mereka	Optional
5	Website free	Ditampilkan di website yang dapat dibuat sendiri oleh Para mitra dan dapat dilihat dengan cara membagikan <i>link website</i>	Opsional

Tabel 1 Aplikasi dan fungsinya

Dari tabel diatas memberikan gambaran fungsi aplikasi masing masing yang mendukung kegiatan pelatihan mitra. Agar mereka lebih mudah memahami konsep digital marketing para mitra diberikan pendampingan metode Praktek dengan menggunakan HP android mereka masing masing dan dilanjutkan dengan tanya jawab agar para mitra mengetahui solusi dalam penggunaan digital marketing. Jumlah mitra binaan sebanyak 30 orang, kegiatan ini berlangsung selama sehari dengan durasi delapan jam, adapun lokasi kegiatan dilaksanakan pada kantor kelurahan tepatnya di Lingkungan Bontosandera Kelurahan Maradekayya Kecamatan Pattallassang Kabupaten Takalar

### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil yang dicapai pada Pengabdian Kepada Masyarakat adalah semua mitra yang berjumlah 30 orang paham dalam penggunaan digital marketing mereka dapat membuat mengelola HP anroid mereka masing masing dengan membuat Brend UMKMnya dan membuat tampilan Produk

No	Jenis Kegiatan	Uraian
1	Pembukaan	Dibuka Oleh Kepala Kelurahan
2	Ceramah	Uraian ini meliputi Teori dan Aplikasi dalam Pemanfaatan Di digital Marketing
3	Praktek	Uraian ini meliputi pemanfaatan Aplikasi ToBel (Toko Beli) Aplikasi Pendukung lainnya seperti Canva dan cara Membuat Web. Gratis dalam pemasaran Produk Lokal Masyarakat.
4	Tanya jawab	Uraian ini memberikan penjelasan berdasarkan Pertanyaan dari warga masyarakat yang antusias ingin mengetahui lebih jauh dalam Pemanfaatan <i>e-commerce</i>
5	Penutup	Kegiatan PKM ini di tutup

Tabel 1. Uraian Kegiatan Pelasanaan PKM

#### A. Penyampaian Hasil Kegiatan

Pada fase ini, pengabdi memberikan materi pelatihan (teori) melalui ceramah dan sesi tanya jawab, serta penggunaan aplikasi e-commerce untuk praktik. Pengabdi terlibat dalam memberikan materi teori dan praktek, dengan metode ceramah dan tanya jawab yang melibatkan semua peserta.



Gambar 3. Penyampaian Materi

Adapun materi yang diberikan kepada peserta adalah

1. Berkembangnya UMKM pada masyarakat

Pada penelitian sebelumnya mengemukakan bahwa mencari pekerjaan yang cocok di masyarakat menjadi sulit, sehingga solusi untuk masalah ini dapat ditemukan melalui partisipasi masyarakat dalam kewirausahaan. Oleh karena itu, diperlukan pengetahuan tentang cara berwirausaha yang efektif, peluang untuk memulai usaha, persepsi masyarakat tentang kemampuan kewirausahaan, dan juga bagaimana mengatasi rasa gagal dalam memulai usaha. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). (Nurita, 2017)

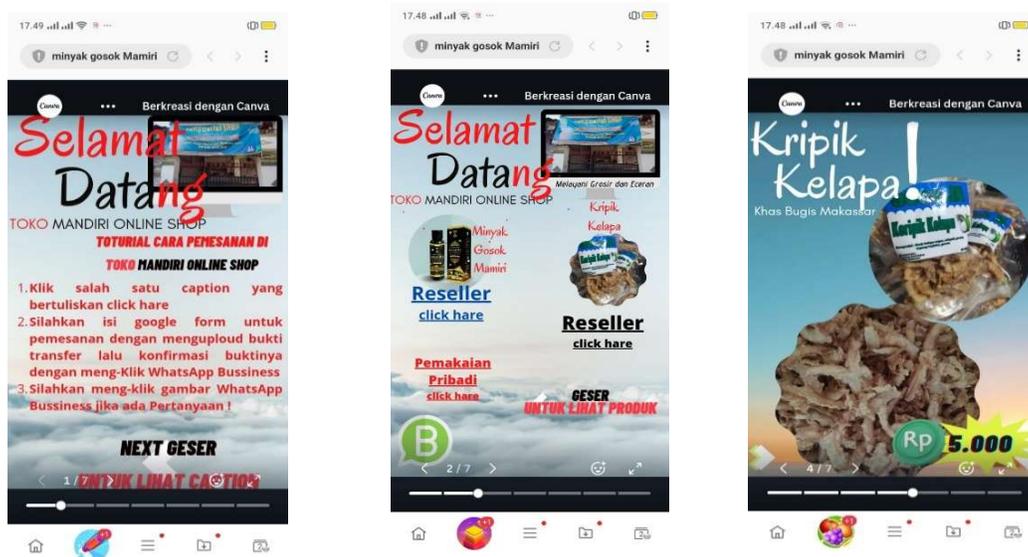
2. Pentingnya Pemanfaatan Digital marketing

Semua orang yang memiliki bisnis atau usaha harus memahami betapa pentingnya digital marketing. Tiap-tiap bisnis memerlukan strategi pemasaran yang efektif agar dapat menarik pelanggan sebanyak mungkin, sehingga dapat memberikan keuntungan yang lebih besar. Adanya kemajuan teknologi yang semakin pesat seharusnya dimanfaatkan secara bijaksana untuk memudahkan segala jenis pekerjaan, termasuk di dalamnya strategi pemasaran. Digital marketing adalah solusi pemasaran modern yang selaras dengan tujuan bisnis. Kemajuan teknologi yang pesat telah mempengaruhi dunia pemasaran, menggesernya dari metode offline tradisional ke pemasaran digital online. Prospek pemasaran digital memungkinkan calon pelanggan untuk mengakses semua informasi produk dan menyelesaikan transaksi melalui internet. Pesatnya perkembangan teknologi digital yang didukung oleh internet telah memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan teknologi pemasaran. (Marsiska Ariesta Putri, 2023)

3. Pemanfaatan e-commerce sebagai salah satu pemasaran digital marketing

Para pelaku UMKM di desa Maradekayya Kecamatan Pattallassang Kabupaten Gowa mengadopsi pemasaran digital marketing melalui e-commerce dan media online untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efektivitas pemasaran produk mereka. Dalam era globalisasi yang semakin dekat, UMKM perlu memahami manfaat dari pemanfaatan e-commerce dan media sosial sebagai alat untuk memperoleh akses pasar yang mudah dan efisien. Oleh karena itu, UMKM harus memilih strategi pemasaran yang tepat dan efektif untuk menarik pengunjung untuk membeli. Untuk membantu pelaku bisnis UMKM mendapatkan keuntungan yang lebih besar, pemasaran melalui e-commerce dan media sosial dapat menjadi pilihan yang tepat. Dan membuat rancangan e-commerce agar dalam penggunaannya (Nugraha et al., 2022). Kedua platform tersebut memungkinkan bisnis

untuk berkomunikasi secara langsung dengan pembeli, dan dapat lebih efisien dan hemat biaya dibandingkan metode pemasaran konvensional. Selain itu, dengan akses yang tidak terbatas ke internet, bisnis UMKM dapat menjangkau pengunjung dari seluruh dunia, dan semakin sering alamat bisnis tersebut dikunjungi, semakin besar potensi dari keuntungan yang dapat diperoleh (Irviani et al., 2018)



Gambar 4. Desain Aplikasi canva yang telah di terapkan oleh Masyarakat lingkungan Bontosandra dalam memanfaatkan HP anroid mereka dalam memasarkan produk UMKM

#### 4. Proses Tanya jawab tanya jawab dengan peserta

Setelah melakukan pemaparan dalam kegiatan PKM di Kelurahan Maradekayya Kecamatan, Pattallassang Kabupaten Takalar selanjutnya memberikan kesempatan kepada mitra untuk bertanya mengenai pemaparan e-commerce berbasis android dalam pemasaran UMKM, setelah itu pertanyaan dari peserta akan dijawab oleh pemateri. Dalam kesempatan kali ini salah satu dari peserta bertanya mengenai batasan dalam menggunakan e-commerce pada saat yang sama pengabdian memberikan jawaban yaitu adapun batasan dalam memakai e-commerce dalam digital marketing tidak mempunyai batas sekali selama kita mampu berkreasi dalam pengembangan digital marketing. (Dr. Muhammad



Mudjib Musta'in, 2022) Pemateri menambahkan bahwa ada hal yang tidak boleh kita lakukan dalam kegiatan digital marketing yaitu menebarkan atau menjual barang-barang yang terlarang atau menyebarkan berita-berita hoaks. (Abdillah & Handoko Putro, 2022).

Gambar 5. Proses Tanya jawab

## **B. Penutup**

Dalam tahap ini, tim bersama dengan peserta melakukan sesi foto bersama.



Gambar 6. Foto Bersama dengan Masyarakat dan Kelurahan pada saat selesai Kegiatan PKM

## **4. Kesimpulan**

Hasil pelaksanaan kemitraan masyarakat Kelurahan Maradekayya Kecamatan Pattallassang yang diselenggarakan oleh adptersi (Asosiasi Dosen Swasta Indonesia) bekerja sama dengan Pemerintah Kabupaten Takalar adalah pelaku UMKM memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan e-commerce untuk pemasaran digital, yang memungkinkan mereka untuk bisa berwirausaha dengan inovatif dan kreatif secara mandiri. Adapun indikator keberhasilan mereka yakni mampu membuat dan mendesain melalui aplikasi canva untuk dijadikan sebagai salah satu pemasaran digital melalui hp Android mereka.

## **Daftar Pustaka**

Abdillah, F., & Handoko Putro, G. M. (2022). Digital Ethics: The Use of Social Media in Gen Z Glasses. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 158. <https://doi.org/10.24912/jk.v14i1.13525>

Alimuddin, M., & Poddala, P. (2023). Prospek Digital Marketing Untuk Generasi Muda Dalam Berwirausaha. *Journal of Career Development*, 1(1), 54–70.

Dr. Muhammad Mudjib Musta'in, M. S. D. (2022). EKONOMI KREATIF BERBASIS DIGITAL DAN KEMANDIRIAN MASYARAKAT ERA SOCIETY 5.0 Editor: Agung Anggoro Seto (Issue March). *Global Aksa Pers.* [https://www.researchgate.net/profile/Nasib-Nasib/publication/359170293\\_EKONOMI\\_KREATIF\\_BERBASIS\\_DIGITAL\\_DAN\\_KEMANDIRIAN\\_MASYARAKAT\\_ERA\\_SOCIETY\\_50/links/622b5aba9f7b32463422499b/EKONOMI-KREATIF-BERBASIS-DIGITAL-DAN-KEMANDIRIAN-MASYARAKAT-ERA-SOCIETY-50.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Nasib-Nasib/publication/359170293_EKONOMI_KREATIF_BERBASIS_DIGITAL_DAN_KEMANDIRIAN_MASYARAKAT_ERA_SOCIETY_50/links/622b5aba9f7b32463422499b/EKONOMI-KREATIF-BERBASIS-DIGITAL-DAN-KEMANDIRIAN-MASYARAKAT-ERA-SOCIETY-50.pdf)

Elshifa, A., Perdana, M. A. C., Matiala, T. F., Yasin, F., & Mokodenseho, S. (2023). Analisis Pengaruh Pendidikan, Pelatihan, dan Dukungan Kelembagaan terhadap Keberhasilan Usaha Mikro. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(03), 123–134. <https://doi.org/10.58812/sek.v1i03.118>

Hamzah, M. (2020). Efektivitas Pelatihan Keterampilan Dalam Menumbuhkan Kewirausahaan. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 3(2), 110–121. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/608>

Irviani, R., Kasmi, Setyorini, E., & Muslihudin, M. (2018). Perancangan Aplikasi E-Commerce Berbasis Android Pada Kelompok Swadaya Masyarakat Desa Margakaya Pringsewu. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 4(1), 8–12. <https://doi.org/10.35329/jiik.v4i1.46>

Kasmawi, Fitri, D. A., & Syahputri, W. (2019). Aplikasi Jual Beli Online Produk Usaha Kecil dan Menengah Berbasis Android. *Jurnal Informatika Sains Dan Teknologi (INSTEK)*, 4(1), 31–40.

Liliana, C., & Kurnaningsih, Y. D. (2020). Evaluasi Program Pendidikan dan Pelatihan Kewirausahaan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 5(6), 870. <https://doi.org/10.17977/jptpp.v5i6.13674>

Marsiska Ariesta Putri, D. (2023). Peningkatan Usaha UMKM Sentra Batik Di Desa. *JPKMN*, 3(2), 2210–2212. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/aks.v1i2.931>

Nugraha, S., Hamonangan, R., Dana, R. D., Tohidi, E., & Hayati, U. (2022). Rancang Bangun E-Commerce Berbasis Web untuk UMKM Batik. *MEANS (Media Informasi Analisa Dan Sistem)*, 7(1), 97–106. <https://doi.org/10.54367/means.v7i1.1859>

Nurita, R. F. (2017). Upaya Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Di Desa Kalirejo Lawang Dengan Tujuan Memotivasi Kewirausahaan Mandiri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 1(1). <https://doi.org/10.26905/abdimas.v1i1.1175>

Rizanta, G. A., & Arsanti, M. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Canva sebagai Media Pembelajaran Masa Kini. *Prosiding Seminar Nasional Daring*, 2, 560–568. <https://prosiding.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/SPBSI/article/view/1381>

Sugeng. (2014). E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 4(1). <https://doi.org/10.35968/jsi.v4i1.81>

Suharyanto, E., Trisianto, C., & Persada, G. N. (2022). Cara Desain Poster Promosi Dari Aplikasi “Canva” Pada Smp Pgr 1 Ciputat. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(2), 171–177. <https://doi.org/10.53769/jai.v2i2.218>

Suryana, N., Wiguna, W., Sanjaya, A. R., Adhirajasa, U., Sanjaya, R., Grafis, D., Maker, L., & Logo, D. (2020). Aplikasi Logo Maker Berbasis Mobile. 1(1), 144–152.

Widyastuti, F. K., Fitri, C. K., Dewi, T. T., Sipil, T., Tribhuwana, U., Dewi, T., Chandra, A., & Fitri, K. (2022). Aplikasi E-Commerce Untuk Peningkatan Sambal Kemasan Sambel ' in Mah Di. 1.